

2025-2031年中国葡萄酒市 场深度评估与行业前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2025-2031年中国葡萄酒市场深度评估与行业前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202503/480567.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

葡萄酒业的规模化和大发展是近百年来的事情，现在葡萄酒业已遍布全球五大洲，葡萄酒的生产大国也不再局限于西欧国家，在美洲、大洋洲、非洲和亚洲也崛起了一些葡萄酒生产大国。

中企顾问网发布的《2025-2031年中国葡萄酒市场深度评估与行业前景预测报告》共十六章。首先介绍了葡萄酒的概念、由来及分类等，接着分析了国际国内葡萄酒行业的发展情况。然后报告介绍了中国葡萄酒市场的竞争格局以及主要葡萄酒品类及年份酒市场。随后，报告对葡萄酒原料供应及酿制工艺进行了分析，并介绍了葡萄酒庄园建设情况。接着报告对葡萄酒营销、电商、区域发展、国内外重点企业经营状况进行了分析，最后分析了葡萄酒制造业的投资潜力与未来前景。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国酒业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对葡萄酒市场有个系统深入的了解、或者想投资葡萄酒行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 葡萄酒概况

1.1 葡萄酒相关介绍

1.1.1 葡萄酒概念

1.1.2 葡萄酒发展历程

1.1.3 葡萄酒酿造技术

1.1.4 葡萄酒健康作用

1.2 葡萄酒的分类

1.2.1 按颜色分类

1.2.2 按含二氧化碳压力分类

1.2.3 按含糖量分类

1.2.4 按酿造方法分类

1.2.5 按饮用方式分类

第二章 2020-2024年全球葡萄酒行业发展分析

2.1 2020-2024年全球葡萄酒行业发展概述

2.1.1 产业发展特点

- 2.1.2 产业发展格局
- 2.1.3 未来发展前景
- 2.2 2020-2024年全球葡萄酒行业生产情况
 - 2.2.1 葡萄种植面积
 - 2.2.2 全球产量规模
 - 2.2.3 区域生产格局
 - 2.2.4 生产企业格局
- 2.3 2020-2024年全球葡萄酒消费情况
 - 2.3.1 全球消费形势
 - 2.3.2 全球消费格局
 - 2.3.3 消费者品牌意识
- 2.4 2020-2024年全球葡萄酒贸易市场分析
 - 2.4.1 进口市场分析
 - 2.4.2 出口市场分析
- 2.5 2020-2024年全球葡萄酒拍卖市场发展分析
 - 2.5.1 市场发展规模
 - 2.5.2 市场拍卖状况
 - 2.5.3 市场行情动态
- 2.6 全球葡萄酒行业发展趋势分析及预测
 - 2.6.1 全球市场展望
 - 2.6.2 市场发展趋势
 - 2.6.3 未来行业变化
 - 2.6.4 市场销量预测
- 2.7 全球葡萄酒行业对中国的影响及启示
 - 2.7.1 对定价机制的影响
 - 2.7.2 对葡萄种植的影响
 - 2.7.3 对酿造技术的影响
 - 2.7.4 对葡萄酒文化与营销的影响
- 第三章 2020-2024年中国酒行业发展分析
 - 3.1 中国酒行业发展推动因素分析
 - 3.1.1 经济平稳运行
 - 3.1.2 居民消费升级

- 3.1.3 信息技术进步
- 3.2 2020-2024年中国酒行业发展规模
 - 3.2.1 产量规模
 - 3.2.2 进出口规模
 - 3.2.3 销售规模
 - 3.2.4 企业规模
- 3.3 2020-2024年中国酒行业运行分析
 - 3.3.1 行业经营效益
 - 3.3.2 区域发展格局
 - 3.3.3 市场价格走势
- 3.4 2020-2024年中国酒类消费者行为分析
 - 3.4.1 调查样本说明
 - 3.4.2 酒类消费特征
 - 3.4.3 消费行为偏好
 - 3.4.4 消费购买渠道
- 第四章 2020-2024年中国葡萄酒行业发展分析
 - 4.1 中国葡萄酒行业发展概况
 - 4.1.1 行业发展优劣势
 - 4.1.2 产业链分析
 - 4.1.3 产区化发展分析
 - 4.1.4 企业经营效益
 - 4.1.5 行业政策动态
 - 4.2 2020-2024年全国葡萄酒产量分析
 - 4.2.1 2020-2024年全国葡萄酒产量趋势
 - 4.2.2 2024年全国葡萄酒产量情况
 - 4.2.3 2024年全国葡萄酒产量情况
 - 4.2.4 2024年全国葡萄酒产量情况
 - 4.3 2020-2024年中国葡萄酒进出口数据分析
 - 4.3.1 进出口总量数据分析
 - 4.3.2 主要贸易国进出口情况分析
 - 4.3.3 主要省市进出口情况分析
 - 4.4 2020-2024年中国葡萄酒消费市场分析

- 4.4.1 消费习惯改变
- 4.4.2 市场消费规模
- 4.4.3 市场销售规模
- 4.5 2020-2024年中国葡萄酒行业市场特征分析
 - 4.5.1 名白酒“染红”加速度
 - 4.5.2 大单品战略引领潮流
 - 4.5.3 进口厂商加大推广力度
 - 4.5.4 国产品牌集中化趋明显
 - 4.5.5 二三线城市消费增速
 - 4.5.6 小众产酒国氛围升温
 - 4.5.7 市场销售渠道扁平化
 - 4.5.8 厂商合作模式创新
- 4.6 中国葡萄酒市场消费行为分析
 - 4.6.1 消费群体属性分析
 - 4.6.2 消费行为调查分析
 - 4.6.3 消费行为影响因素
 - 4.6.4 终端市场消费特点
- 4.7 中国葡萄酒行业存在的问题
 - 4.7.1 产业制约因素
 - 4.7.2 工艺技术落后
 - 4.7.3 行业规范缺失
 - 4.7.4 进口产品冲击
- 4.8 中国葡萄酒行业发展对策
 - 4.8.1 合理进行规划布局
 - 4.8.2 推动环境协调发展
 - 4.8.3 健全质量认证体系
 - 4.8.4 建立科技支撑体系
 - 4.8.5 产业可持续发展建议
- 第五章 2020-2024年葡萄酒行业竞争情况分析
 - 5.1 2020-2024年我国葡萄酒市场竞争情况分析
 - 5.1.1 主要参与主体
 - 5.1.2 市场竞争形势

- 5.1.3 市场集中度分析
- 5.2 2020-2024年国内重点企业经营情况对比分析
 - 5.2.1 整体营收情况
 - 5.2.2 毛利率对比分析
 - 5.2.3 净利率对比分析
 - 5.2.4 费用率对比分析
- 5.3 2020-2024年国内重点企业竞争策略分析
 - 5.3.1 张裕
 - 5.3.2 长城
 - 5.3.3 王朝
 - 5.3.4 威龙
 - 5.3.5 莫高
 - 5.3.6 通化
- 5.4 中国葡萄酒品牌竞争能力分析
 - 5.4.1 产品组合力
 - 5.4.2 渠道终端力
 - 5.4.3 营销传播力
 - 5.4.4 价值增值力
 - 5.4.5 国际市场力
- 5.5 中国葡萄酒行业竞争力构建分析
 - 5.5.1 构建中国葡萄酒竞争力新纬度
 - 5.5.2 产业链竞争时代的企业战略
 - 5.5.3 本土企业提升竞争优势的途径
 - 5.5.4 葡萄酒经销商打造竞争力策略
 - 5.5.5 中小型酒厂提升竞争力的措施
- 第六章 2020-2024年中国主要葡萄酒细分市场发展分析
 - 6.1 红葡萄酒
 - 6.1.1 消费市场概述
 - 6.1.2 市场消费格局
 - 6.2 白葡萄酒
 - 6.2.1 白葡萄酒发展概述
 - 6.2.2 知名白葡萄酒介绍

6.2.3 白葡萄酒产品创新

6.3 桃红葡萄酒

6.3.1 市场发展概况

6.3.2 市场消费情况

6.3.3 生产经营建议

6.4 起泡葡萄酒

6.4.1 市场运行情况

6.4.2 市场消费特征

6.4.3 市场增长因素

6.4.4 市场发展前景

6.5 冰葡萄酒

6.5.1 冰葡萄酒市场概述

6.5.2 产业发展概况

6.5.3 市场发展空间

第七章 2020-2024年葡萄酒年份酒市场分析

7.1 葡萄酒年份解读

7.1.1 葡萄酒年份的含义

7.1.2 葡萄酒年份的内涵

7.1.3 葡萄酒年份的评价

7.1.4 葡萄酒年份的理解

7.2 国外年份葡萄酒市场行情

7.2.1 德国

7.2.2 新西兰

7.2.3 法国波尔多

7.2.4 法国勃艮第

7.2.5 法国罗讷河谷

7.3 中国市场年份酒概况

7.3.1 我国年份酒检测及管理标准欠缺

7.3.2 山东蓬莱首制年份葡萄酒管理办法

7.3.3 河北昌黎产区年份葡萄酒研究突破

第八章 2020-2024年葡萄酒原材料供应市场分析

8.1 主要酿酒葡萄品种分析

- 8.1.1 红葡萄品种
- 8.1.2 白葡萄品种
- 8.1.3 冰葡萄酒
- 8.2 酿酒葡萄综述
 - 8.2.1 葡萄栽培历史沿革
 - 8.2.2 酿酒葡萄品种介绍
 - 8.2.3 气候对葡萄种植的影响
 - 8.2.4 葡萄树龄对葡萄酒的影响
- 8.3 中外酿酒葡萄生产分布
 - 8.3.1 全球酿酒葡萄主要种植区
 - 8.3.2 中国葡萄主要产区分布
 - 8.3.3 中国酿酒葡萄生产分布
 - 8.3.4 中国主要葡萄产区介绍
- 8.4 中国九大葡萄产地介绍
 - 8.4.1 东北产地
 - 8.4.2 渤海湾产地
 - 8.4.3 沙城产地
 - 8.4.4 清徐产地
 - 8.4.5 银川产地
 - 8.4.6 武威产地
 - 8.4.7 吐鲁番产地
 - 8.4.8 黄河故道产地
 - 8.4.9 云南高原产地
- 8.5 2020-2024年我国酿酒葡萄主要产区生产现状
 - 8.5.1 新疆
 - 8.5.2 陕西
 - 8.5.3 河北
 - 8.5.4 山东
 - 8.5.5 云南
 - 8.5.6 河南
- 8.6 2020-2024年中国葡萄酒原料供应模式分析
 - 8.6.1 自种酿酒葡萄模式

8.6.2 收购酿酒葡萄模式

8.6.3 采购葡萄原酒模式

第九章 2020-2024年葡萄酒酿制工艺分析

9.1 葡萄酒生产工艺步骤

9.1.1 采摘选料

9.1.2 去梗破皮

9.1.3 酒精发酵

9.1.4 浸皮搅拌

9.1.5 苹果酸-乳酸发酵

9.1.6 陈酿

9.1.7 换桶过滤

9.1.8 调配

9.1.9 瓶内陈年

9.1.10 贴标鲜

9.2 葡萄酒发酵工艺介绍

9.2.1 浸提发酵法

9.2.2 热浸提发酵法

9.2.3 二氧化碳浸渍法

9.2.4 旋转发酵罐法

9.2.5 连续发酵法

9.2.6 锥底罐发酵法

9.3 主要品种葡萄酒酿造工艺介绍

9.3.1 红葡萄酒酿造工艺介绍

9.3.2 白葡萄酒酿造工艺介绍

9.3.3 国内冰酒生产工艺开发

9.3.4 起泡葡萄酿制方法

第十章 2020-2024年葡萄酒庄园建设发展分析

10.1 2020-2024年中国庄园葡萄酒发展状况

10.1.1 发展因素分析

10.1.2 酒庄产业现状

10.1.3 酒庄转型发展

10.1.4 行业发展动态

- 10.1.5 投资建设分析
- 10.1.6 行业发展建议
- 10.2 2020-2024年中国部分地区葡萄酒庄园发展分析
 - 10.2.1 北京葡萄酒庄园发展情况
 - 10.2.2 山东葡萄酒庄园发展情况
 - 10.2.3 宁夏葡萄酒庄园建设规划
 - 10.2.4 烟台葡萄酒庄园建设情况
 - 10.2.5 西安政策促进葡萄酒庄发展
- 10.3 2020-2024年葡萄酒庄园旅游市场发展分析
 - 10.3.1 国外酒庄旅游开发模式
 - 10.3.2 中国酒庄旅游发展现状
 - 10.3.3 中国酒庄旅游存在的问题
- 第十一章 2020-2024年中国葡萄酒电商市场发展分析
 - 11.1 2020-2024年中国线上酒水市场运行情况
 - 11.1.1 市场交易规模
 - 11.1.2 城市消费分析
 - 11.1.3 区域分布情况
 - 11.1.4 品类市场份额
 - 11.1.5 消费群体分析
 - 11.2 2020-2024年中国葡萄酒电商市场发展情况
 - 11.2.1 行业发展现状
 - 11.2.2 市场发展规模
 - 11.2.3 平台竞争格局
 - 11.2.4 品类占比分析
 - 11.2.5 品牌市场份额
 - 11.2.6 线上用户规模
 - 11.2.7 市场发展阻力
 - 11.3 2020-2024年中国葡萄酒跨境电商市场发展分析
 - 11.3.1 跨境电商市场规模
 - 11.3.2 进口酒水市场分析
 - 11.3.3 进口葡萄酒的现状
 - 11.3.4 跨境电商市场影响

11.3.5 市场发展动态分析

11.3.6 市场发展面临的问题

第十二章 2020-2024年葡萄酒营销分析

12.1 葡萄酒市场销售模式分析

12.1.1 经销模式

12.1.2 直销模式

12.1.3 电商模式

12.2 葡萄酒营销渠道分析

12.2.1 葡萄酒市场运营模式

12.2.2 第三方独立营销网络

12.2.3 葡萄酒供应链模式

12.2.4 葡萄酒专卖店模式

12.2.5 电商营销平台建设

12.2.6 红酒渠道营销分析

12.2.7 夜场营销渠道布局

12.3 葡萄酒品牌营销策略分析

12.3.1 葡萄酒品牌价值分析

12.3.2 葡萄酒品牌营销误区

12.3.3 葡萄酒品牌开发策略

12.3.4 高端产品的品牌策略

12.3.5 二三线品牌营销路径

12.4 进口葡萄酒市场分析及营销策略分析

12.4.1 进口葡萄酒营销现状

12.4.2 葡萄酒营销存在问题

12.4.3 问题存在的原因分析

12.4.4 进口葡萄酒营销策略

12.5 葡萄酒包装策略分析

12.5.1 国外葡萄酒包装概况

12.5.2 中国葡萄酒包装缺陷

12.5.3 中国葡萄酒包装策略

12.5.4 葡萄酒包装发展趋势

12.6 主要葡萄酒品牌市场营销策略

- 12.6.1 挖酒网市场营销分析
- 12.6.2 张裕公司体验营销策略
- 12.6.3 王朝公司营销策略解析
- 12.6.4 主要品牌营销策略分析
- 12.7 葡萄酒其它营销策略分析
 - 12.7.1 葡萄酒绿色营销战略
 - 12.7.2 葡萄酒文化营销模式
 - 12.7.3 量产葡萄酒营销策略
 - 12.7.4 葡萄酒促销策略分析
 - 12.7.5 国产葡萄酒市场营销
 - 12.7.6 葡萄酒专卖店营销战略
 - 12.7.7 酒类商品节日营销策略
 - 12.7.8 中国葡萄酒业营销建议
- 12.8 未来我国葡萄酒营销环境分析
 - 12.8.1 产业链条全球化
 - 12.8.2 资本运营频繁化
 - 12.8.3 体验会所普遍化
 - 12.8.4 产品开发规范化

第十三章 2020-2024年中国葡萄酒产业区域发展分析

- 13.1 山东烟台
 - 13.1.1 行业扶持政策
 - 13.1.2 产业运行现状
 - 13.1.3 发展特征分析
 - 13.1.4 特色小镇建设
 - 13.1.5 打造区域品牌
 - 13.1.6 发展战略建议
 - 13.1.7 重点工作任务
 - 13.1.8 产业发展规划
- 13.2 河北
 - 13.2.1 行业扶持政策
 - 13.2.2 总体发展现状
 - 13.2.3 怀来产区分析

13.2.4 秦皇岛发展动态

13.2.5 发展对策建议

13.2.6 发展规划回顾

13.3 宁夏

13.3.1 产业发展概述

13.3.2 品牌发展情况

13.3.3 产业研究平台

13.3.4 产业发展建议

13.3.5 产业发展规划

13.4 甘肃

13.4.1 产业发展优势

13.4.2 产业发展动力

13.4.3 武威地区分析

13.4.4 特色小镇发展

13.4.5 工作发展思路

13.4.6 主要发展措施

13.5 新疆

13.5.1 产业发展现状

13.5.2 项目发展动态

13.5.3 昌吉州发展分析

13.5.4 吐鲁番发展分析

13.5.5 行业发展问题

13.5.6 发展对策建议

13.6 云南

13.6.1 产业优势条件

13.6.2 产业发展现状

13.6.3 产业发展困境

13.6.4 行业发展前景

第十四章 2020-2024年国际葡萄酒生产企业经营状况

14.1 星座品牌酒业 (Constellation Brands, Inc.)

14.1.1 企业发展概况

14.1.2 2024财年企业经营状况分析

14.1.3 2024财年企业经营状况分析

14.1.4 2024财年企业经营状况分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202503/480567.html>